

ABSTRAKSI

Vika Pramulasari 152090089, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian **Analisis Strategi Bersaing terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (Studi pada Industri Kerajinan Kulit di Manding, Bantul, Yogyakarta)**. Dosen pembimbing Sigit Haryono, M.Si dan Humam Santoso Utomo, M. AB

Penelitian dilakukan pada industri kerajinan kulit di Desa Manding, Kabupaten Bantul, Yogyakarta, dengan tujuan untuk menganalisis dampak strategi bersaing terhadap kinerja UKM. Jenis penelitian ini adalah *Eksplanatoris* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel sebesar 30 responden yang diambil dengan pendekatan *Sampling Jenuh atau Sensus* dari populasi sebesar 48 UKM kerajinan kulit. Analisis data dalam penelitian menggunakan pendekatan Analisis Statistik Deskriptif serta Regresi Linier Sederhana sebagai alat analisis untuk menjawab permasalahan dari fenomena yang ada.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat Strategi *Overall Cost Leadership* pada Industri Kerajinan Kulit di Manding, Bantul, Yogyakarta serta dampak yang berbeda-beda untuk masing-masing jenis strategi bersaing yang meliputi strategi *Overall Cost Leadership* yang lebih terfokus pada harga jual produk yang murah,. Hasil perhitungan analisis statistik deskriptif menunjukkan dari 30 responden, strategime *Overall Cost Leadership* merupakan strategi yang teridentifikasi paling banyak. Sedangkan hasil *Regresi Linier Sederhana* dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ menjelaskan perbedaan persepsi terhadap dampak yang dirasakan responden terhadap masing-masing straregi bersaing yang diajukan dan 30 responden mempersepsikan bahwa strategi differentiation memiliki atau memberi dampak yang paling besar yaitu ditunjukkkan dengan nilai sign t sebesar 0,000.

Saran dari penelitian ini, untuk meningkatkan kinerja UKM industri kerajinan kulit kearah yang lebih baik, sebaiknya pelaku usaha kerajinan kulit menerapkan Strategi *Overall Cost Leadership*, karena didominasi persepsi yang sangat baik oleh responden dan memilki karakteristik struktural yang dianggap terbaik dari ketiga jenis strategi yang lainnya. Selain itu, pernyataan diatas didukung dengan teori dari Hunger dan Wheelen (2003) yang mengatakan harga produk murah juga bisa dikatakan sebagai strategi aktif untuk mendapatkan hasil di atas rata-rata dalam sebuah bisnis tertentu.

Kata kunci: *Overall Cost Leadership* dan kinerja.